LIBRARY ARCHIVES Kerala Legislative Assembly

ഉത്തരം

(എ) ടൂറിസം വകുപ്പ് ഹോം സ്റ്റേ ക്ലാസിഫിക്കേഷനുള്ള അപേക്ഷ സ്വീകരിക്കുന്നത് ഡി.റ്റി.പി.സി.-കൾ വഴിയാണ്. ഇതിലേക്കുള്ള അപേക്ഷ ഫോറം അതാത് ഡി.റ്റി.പി.സി. ആഫീസുകളിൽ നിന്നും ലഭിക്കുന്നതാണ്. അതിൻ പ്രകാരം ടൂറിസം വകുപ്പ് ചുമതലപ്പെടുത്തുന്ന ഒരു കമ്മിറ്റി പരിശോധന നടത്തുകയും പ്രസ്തുത വീട് ഹോംസ്റ്റേ ക്ലാസിഫിക്കേഷൻ സർട്ടിഫിക്കറ്റിന് (ക്ലാസ് എ- ഡയമണ്ട്, ക്ലാസ് ബി-ഗോൾഡ്, ക്ലാസ് സി-സിൽവർ വിഭാഗങ്ങളിൽ) യോഗ്യമെങ്കിൽ ഉൾപ്പെടുത്തണമെന്ന് നിശ്ചയിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

(ബി) ഇതുവരെ 825 ഹോംസ്റ്റേ ക്ലാസിഫിക്കേഷൻ ലൈസൻസുകൾ നൽകിയിട്ടുണ്ട്.

(സി) വീട് സ്ഥിതിചെയ്യുന്ന സ്ഥലത്തിന്റെ ടൂറിസം പ്രാധാന്യം, സൗകര്യം ചുറ്റുപാട്, വൃത്തി, വീട്ടുകാരുടെ പെരുമാറ്റം, മാലിന്യ സംസ്കരണ സാധ്യതകൾ, എന്നിവ പരിശോധിച്ച് ആകെ 100 മാർക്കിന്റെ ഒരു സ്കോർ ഷീറ്റ് തയ്യാറാക്കുകയും അതിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ക്ലാസിഫിക്കേഷൻ നൽകുകയും ചെയ്യുന്നു. ക്ലാസിഫിക്കേഷൻ നൽകുന്നത് ചുവടെ ചേർക്കുന്നു.

സ്കോർ	വിഭാഗം
50 മുതൽ 59 വരെ	ക്ലാസ് സി
60 മുതൽ 74 വരെ	ക്ലാസ് ബി
75-ന് മുകളിൽ	ക്ലാസ് എ

(ഡി) ടൂറിസം വകുപ്പ് നിശ്ചയിച്ചിട്ടുള്ള ചട്ടങ്ങൾക്ക് അനുസൃതമായല്ല പ്രവർത്തിക്കുന്നതെങ്കിൽ ലൈസൻസ് റദ്ദുചെയ്യുന്നതാണ്. ഹോംസ്റ്റേകളുമല്ലാത്ത ബന്ധപ്പെട്ട മറ്റു നിയമാനുസൃതമല്ലാത്ത പ്രശ്നങ്ങൾ പോലീസ് വകുപ്പാണ് കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നത്

(ഇ) നടപടി സ്വീകരിച്ചിട്ടുണ്ട്.

ഗ്രാൻഡ് കേരള ഷോപ്പിംഗ് ഫെസ്റ്റിവൽ

106 (1862)ശ്രീ. എ. പി. അനിൽ കുമാർ :
ശ്രീ. കെ. അച്ചുതൻ :
ശ്രീ. തേറമ്പിൽ രാമകൃഷ്ണൻ : താഴെ കാണുന്ന ചോദ്യങ്ങൾക്ക് ആഭ്യന്തരവും വിജിലൻസും വിനോദസഞ്ചാരവും വകുപ്പുമന്ത്രി സദയം മറുപടി നൽകുമോ :

(എ) ഗ്രാൻഡ് കേരള ഷോപ്പിംഗ് ഫെസ്റ്റിവൽ കൂടുതൽ ആകർഷകമാക്കാനും കേരളത്തിലെത്തുന്ന അന്യസംസ്ഥാനക്കാരെ ഇതിൽ പങ്കെടുപ്പിക്കാനും ഇക്കൊല്ലം എന്തൊക്കെ നടപടികളാണ് സ്വീകരിച്ചുവരുന്നത് ;

(ബി) ഈ വർഷത്തെ സമ്മാന ഘടനയിൽ എന്തൊക്കെ മാറ്റങ്ങളാണ് വരുത്തിയിരിക്കുന്നത് ;

(സി) സംസ്ഥാനത്തെത്തുന്ന ലക്ഷക്കണക്കിന് ശബരിമല തീർത്ഥാടകരെ ഈ പദ്ധതിയിൽ ആകർഷിക്കാനും പങ്കെടുപ്പിക്കാനും വേണ്ടി ഈ വർഷം എന്തൊക്കെ സംവിധാനങ്ങൾ ഏർപ്പെടുത്തിയിട്ടുണ്ട് ;

(ഡി) ഈ ഫെസ്റ്റിവൽ കൂടുതൽ കാര്യക്ഷമമാക്കുന്നതിന് അയൽ സംസ്ഥാനങ്ങൾ കേന്ദ്രീകരിച്ച് എന്തൊക്കെ പരസ്യപ്രവർത്തനം നടത്താനാണ് ലക്ഷ്യമിട്ടിരിക്കുന്നത് എന്ന് വെളിപ്പെടുത്തുമോ ;

(ഇ) ഈ വർഷത്തെ ഷോപ്പിംഗ് ഫെസ്റ്റിവലിന്റെ പ്രചരണത്തിനായി എന്തൊക്കെ പരസ്യങ്ങളാണ് നല്കിയിട്ടുള്ളത് ;

(എഫ്) ഇതിനായി എന്തു തുക ചെലവിടേണ്ടി വരുമെന്ന് വെളിപ്പെടുത്തുമോ ?

ഉത്തരം

(എ) ഈ വർഷത്തെ ഗ്രാന്റ് കേരള ഷോപ്പിംഗ് ഫെസ്റ്റിവലിൽ 101 കിലോ സ്വർണ്ണമാണ് സമ്മാനമായി പ്രഖ്യാപിച്ചിരിക്കുന്നത്. വിപുലമായ രീതിയിലുള്ള പരസ്യ പ്രചാരണങ്ങൾ കേരളത്തിനകത്തും, പുറത്തും നൽകി വരുന്നു. ഏകദേശം 14 കോടി രൂപയുടെ പരസ്യ പദ്ധതിയാണ് ആവിഷ്കരിച്ചിരിക്കുന്നത്. കേരളത്തിനു പുറത്ത് നിന്നും ഉപഭോക്താക്കളെ ആകർഷിക്കാനായി 'വാറ്റ് റീഫണ്ട് സ്കീം' നടപ്പിലാക്കിയിട്ടുണ്ട്. കേരളത്തിനു പുറത്തുനിന്നെത്തുന്ന ഉപഭോക്താക്കൾ ക്രെഡിറ്റ് കാർഡ്/ഡെബിറ്റ് കാർഡ് ഉപയോഗിച്ചു നടത്തുന്ന പർച്ചേസിന്റെ 60 ശതമാനം നിബന്ധനകൾക്ക് വിധേയമായി തിരികെ നൽകുന്ന ഒരു പദ്ധതി നടപ്പിലാക്കിയിട്ടുണ്ട്. ഇതിന് വേണ്ടിവരുന്ന ചെലവ് ഐ.സി.ഐ.സി.ഐ. ബാങ്കാണ് സ്പോൺസർഷിപ്പായി നൽകുന്നത്. സമാപന സമ്മേളനത്തിലും, ആറ് ആഴ്ചകളിലുമായി നടക്കുന്ന നറുക്കെടുപ്പിനോടനുബന്ധിച്ച് ചലച്ചിത്ര മേഖലയിൽ നിന്നുൾപ്പെടെയുള്ള പ്രമുഖർ പങ്കെടുക്കുന്ന കലാവിരുന്നുകൾ ഒരുക്കിയിട്ടുണ്ട്. കൂടാതെ ഫെസ്റ്റവലിന്റെ സന്ദേശം പ്രചരിപ്പിക്കാനായി പ്രത്യേക റോഡ്ഷോയും നടന്നുവരുന്നു.

(ബി) കഴിഞ്ഞവർഷം 41 കിലോ സ്വർണ്ണമാണ് സമ്മാനമായി പ്രഖ്യാപിച്ചിരുന്നത്. അത് ഈ വർഷം 101 കിലോ സ്വർണ്ണമായി വർദ്ധിപ്പിച്ചിട്ടുണ്ട്. സ്ക്രാച്ച് ആന്റ് വിൻ സമ്മാനങ്ങളിൽ സ്വർണ്ണസമ്മാനങ്ങൾ ഉൾപ്പെടെ കേരളത്തിലെ കൈത്തറി മേഖലയിൽ നിന്നുമുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ നൽകിവരുന്നുണ്ട്. മെഗാ സമ്മാനത്തിൽ ഒന്നാം സമ്മാനം-ഒരു കിലോ സ്വർണ്ണം വീതം മൂന്ന് പേർക്കും രണ്ടാം സമ്മാനം-അരക്കിലോ സ്വർണ്ണം വീതം ആറ് പേർക്കുമാണ് ലഭ്യമാവുക. ആഴ്ചതോറുമുള്ള സമ്മാനങ്ങളുമുണ്ട്. ഇതിനായി 6 പ്രതിവാര നറുക്കെടുപ്പുകൾ ഏർപ്പെടുത്തിയിട്ടുണ്ട്. ഇതിൽ 1-ാം സമ്മാനം-ഇരുപത്തിയഞ്ച് പവൻ വീതം മൂന്ന് പേർക്ക് ആറ് ആഴ്ചകളിലും, 2-ാം സമ്മാനം-പത്ത് പവൻ വീതം പന്ത്രണ്ട് പേർക്ക് ആറ് ആഴ്ചകളിലും, 3-ാം സമ്മാനം-അഞ്ച് പവൻ വീതം നാൽപ്പത്തിയെട്ട് പേർക്ക് ആറ് ആഴ്ചകളിലും നൽകും.

LIBRARY ARCHIVES Kerala Legislative Assembly

(സി) ശബരിമലയിലെത്തുന്ന തീർത്ഥാടകരെ കൂടി ലക്ഷ്യമിട്ടുകൊണ്ട് അന്യഭാഷാ പരസ്യങ്ങൾ നൽകിവരുന്നു. കൂടാതെ ഹോർഡിംഗ്സുകളും സ്ഥാപിച്ചിട്ടുണ്ട്.

(ഡി) അയൽ സംസ്ഥാനങ്ങളിൽ ഫെസ്റ്റിവലിന്റെ ഹോർഡിംഗ്സുകൾ സ്ഥാപിച്ചിട്ടുണ്ട്. കൂടാതെ എഫ്.എം. റേഡിയോയിലൂടെ വിവിധ ഭാഷകളി ലുള്ള ജി.കെ.എസ്.എഫ്. പരസ്യങ്ങളും നൽകി വരുന്നു. ദേശീയ ടെലിവിഷൻ ചാനലുകളും പരസ്യ പ്രചാരണത്തിനായി ഉപയോഗിക്കുന്നുണ്ട്.

(ഇ) സംസ്ഥാനത്തിനകത്തും പുറത്തുമുള്ള ദിനപത്രങ്ങൾ, മാഗസിനുകൾ എന്നിവയിലും ഹോർഡിംഗ്സുകൾ, ലീഫ് ലെറ്റുകൾ, ബാനറുകൾ തുടങ്ങിയവയിലൂടെയും, വെബ്സൈറ്റുകൾ, ടെലിവിഷൻ ചാനലുകളിലൂടെയും എഫ്.എം. റേഡിയോകളിലൂടെയും നവീന പരസ്യ പദ്ധതികൾ നടപ്പിലാക്കി വരുന്നു.

(എഫ്) 14 കോടി രൂപയാണ് പരസ്യ പ്രചാരണത്തിനായി മാറ്റിവച്ചിരിക്കുന്നത്.

ഡെസ്റ്റിനേഷൻ കേരള സ്കീം

107 (1863) ശ്രീ. പി. സി. ജോർജ് :
ശ്രീ. റോഷി അഗസ്റ്റിൻ :
ശ്രീ. തോമസ് ചാഴികാടൻ :
ശ്രീ. ജോസഫ് എം. പുതുശ്ശേരി : താഴെ കാണുന്ന ചോദ്യങ്ങൾക്ക് ആഭ്യന്തരവും വിജിലൻസും വിനോദസഞ്ചാരവും വകുപ്പുമന്ത്രി സദയം മറുപടി നൽകുമോ :

(എ) സംസ്ഥാനത്ത് 'ഡെസ്റ്റിനേഷൻ കേരള സ്കീം' നടപ്പാക്കുന്നതിനായി പദ്ധതി ആവിഷ്ക്കരിച്ചിരുന്നുവോ ;

(ബി) പ്രസ്തുത സ്കീം എന്നുമുതലാണ് പ്രാബല്യത്തിൽ വന്നതെന്ന് വ്യക്തമാക്കാമോ ;

(സി) പ്രസ്തുത പദ്ധതിക്കായി എത്ര തുകയാണ് നീക്കിവെച്ചത് : എത്ര പുതിയ ടൂറിസം കേന്ദ്രങ്ങൾ ഈ പദ്ധതിയിൽ ഉൾപ്പെടുത്താൻ കഴിഞ്ഞു ; വിശദാംശങ്ങൾ നല്കുമോ ;

(ഡി) 'ഡെസ്റ്റിനേഷൻ കേരള സ്കീമിൽ' ഏതു ജില്ലയിൽ നിന്നുള്ള ടൂറിസം കേന്ദ്രങ്ങളാണ് കൂടുതലായി ഉൾപ്പെട്ടിട്ടുള്ളതെന്ന് വ്യക്തമാക്കാമോ :

(ഇ) പ്രസ്തുത പദ്ധതിയുടെ പ്രവർത്തന പുരോഗതി വെളിപ്പെടുത്തുമോ ;

ഉത്തരം

(എ) ഉണ്ട്.

(ബി) പദ്ധതി 1995 മുതൽ പ്രാബല്യത്തിലുണ്ട്.

LIBRARY ARCHIVES Kerala Legislative Assembly